

博士論文の要旨及び審査結果の要旨

氏名	田中 敦
学位	博士(学術)
学位記番号	新大院博(学)第82号
学位授与の日付	平成27年 9月24日
学位授与の要件	学位規則第4条第1項該当
博士論文名	参照点構造による視覚表象の認知プロセス研究 ——広告における映像表現の分析を通じて——
論文審査委員	主査 准教授 逸見 龍生 副査 准教授 番場 俊 副査 准教授 石田 美紀

博士論文の要旨

本論文では、絵画や写真など、いわゆる「コード」を持たない記号である視覚表象が情報伝達的手段として用いられる際、受信者がそこから、いかにして送信者の意図を踏まえた記号の解釈を行い得るかを明らかにすることを目的とされる。

このため、主に雑誌広告の映像表現を分析対象とし、受信者による意味の解釈過程を認知プロセスの面から分析することにより、動態性と可変性を踏まえた認知構造の形成を検証するとともに、分析結果を視覚表象の認知モデルとして定式化することを試みられた。

結論として、視覚表象の多義性を認知ドメインの可変性と捉え、参照点構造による認知プロセスが視覚表象を認知するドメインを設定することにより、一定の認知内容が導かれ、多義的な記号が情報伝達的手段として成立し得ることが指摘される。

論文は三部構成から成り、それぞれが三章から構成される。

第一部では、考察の前提として、分析対象の特性を詳らかにするとともに、分析上の論点と方法論を定めた。

続いて第二部では、具体的な認知プロセスを導入したうえで、広告の事例研究を通じて、視覚表象の解釈に適用される基本的な認知プロセスを検証した。

最後に第三部では、認知プロセスと意味創出について新たな観点から検証したうえで、分析結果を総括し、視覚表象の認知モデルを提示した。事例研究を通じて得られた結果をもとに、研究の意義を再確認するとともに、視覚表象の認知モデルとして定式化を試みた。

多義的な視覚表象は、それを認知するドメインが設定されることにより、一定の解釈が導かれるものであり、動態的かつ可変的な認知プロセスの中で認知内容を変容させつつ、最適な解釈結果がもたらされるよう、認知構造が遡及的に構築される。

広告の映像表現の解釈は、あくまで個々の受信者によって為されるものであるが、テキスト内外の多様な参照点が設定する認知ドメインの中で、言語と映像が協働することにより、新たな意味を創出しつつ情報伝達に資することを指摘し、結論とした。

審査結果の要旨

本論文は、従来において主にフランス現代思想のロラン・バルト、それに続き記号論による現代消費主義イデオロギー批判を試みたジュディス・ウィリアムスンらによる現代の商業広告メディアの記号論的分析の方法論をとりあげ、それに対する認知言語学的な立場からの総合的批判をおこなう。従来の記号論的分析では必ずしも明確にされなかった意味産出プロセスの動的な相互連鎖のメカニズムを、ドメインやスキーマを通じた認知参照点の多焦点化と最適化という複数のネットワークの可視化という観点から行おうとするものである。

商業広告という領域へのアプローチはメディア研究においては近年、大幅な統計的調査を用いた定量的な内容分析が主流となっており、広告を記号システムとして捉えてその意味内容を解析してその社会的コンテクストの拡がりのうちに社会的な諸々のイデオロギーや「神話作用」(バルト)を解説するという試みは、90年代以後やや拡がりを欠いてきた。

本論はその理由を分析して記号論的枠組が提示する解釈がしばしば客観的な指標を欠く恣意的な読み取りとみなされてきたことを挙げ、それが「広告の意味とは静態的に存在」するかのように、「受信者による意味生成のプロセスの分析は省略され、最終的に導かれる意味が重要視」された点に由来することを示す。その理論的前提としてバルトらがいえば暗黙裏に共有していたのは、多義的な映像を一義的な言語記号によって固定化・縮約化する意味の「投錨」的機能と規定されるプロセスの自明性であり、そこでは映像は潜在的には無限を意味し、ただ広告内外に配置された言語記号が提示する意味の限定性によって、特定の解釈のみが導出され、受信者へといわば与えられるのだとされてきた。しかし、これらの分析ではこれらの限定によって導出された意味内容は明示され、社会的イデオロギーとの「共犯」が示されるものの、それらの導出プロセスについてはなんら具体的な解釈をおこなってこなかった。解釈の恣意性が批判されたのもこの点に由来する。

本研究は、まさにこの意味内容の認知の動的プロセスの解析に主眼を置こうとするものである。そこで本研究はまず、基盤的な認知プロセスとしてラネカーが提唱する「参照点構造」を分析に導入し、参照点を通じて目標点を捉える認知プロセスにより、対象を認知するドメインが設定され、目標点の認知内容が決定されるメカニズムを示す。ラネカーの分析はもっぱら言語分析について行われたものであるが、それが視覚的表象に関する分析においても成立することを明らかにする。

商業広告の場合、参照点構造は多様であり、多形的な複雑性を持つ。雑誌広告の実例に基づいて「投錨」機能の認知プロセスを検証する中で、広告に付されたキャプションのみならず、企業名や商品名もまた参照点としてドメイン設定に寄与すること、参照点連鎖構造が映像の読

みに線状性を付与すること、さらには出演者の社会的イメージなど、広告テキスト外にある観念も参照点となり得ることを明らかにしている。認知主体が多様な参照点から認知主体が任意のものを選択する際には、参照点の利用可能性と、テキストの結束性に照らした認知内容の妥当性がその判断に関与する。無数の参照点のネットワーク中で、複数の認知プロセスが同時並行的に辿られる際には、各プロセスは可逆的な試行錯誤とともに統合、棄却を繰り返し、最終的に採用されたプロセスが認知構造として遡及的に構築されることで、認知内容が決定されることが十分に検証された。

これら認知分析を応用した動的解釈アプローチは先行研究の批判的解釈を踏まえて十分に納得のできるものであった。日韓の商業広告テキストを比較し、韓国語の文法・語彙を理解しない日本人インフォーマントが映像のみを見たときの意味解釈プロセス、言語内容を知らされたときに生じる結束性と参照点利用の変容プロセスなど手堅い実証分析を主に用いることによって、理論的な分析に具体的な解釈実践による検証をおこなったことも高く評価される。

もちろん方法論的な課題もある。例えばバルトによる先駆的分析の批判的側面を強調するあまり、バルトやウィリアムソンも意味導出プロセスの動態性を社会的なイデオロギー生成のかなり詳細な検討を行うことによって、記号論的な静態性をいわば超える方向をも志向していたことを結局のところ無視する形になったのはそのひとつであろう。社会的な文脈がいわば商業広告のような高度にステレオタイプ化された視覚表象において、あらかじめ強く結束的に作用するのは、バルトらの分析のそもそもの出発点でもあった。それら社会批評的な側面を省みずに意味内在的な言語学的理論的欠陥のみを取りあげるのは、果たして従来解釈に対して生産的な批判となっているかという問題は残る。

その他、本文引用文献と参考文献表との対応の若干の齟齬、文章における若干の脱字などといったものも瑕疵としてあげねばならないであろう。

しかしながら、にもかかわらず本研究で提示された分析アプローチは有効であり、商業広告の広義の記号論的分析に新たな展望を開くとともに、視覚表象一般の記号論的分析にも応用可能な理論化を行える、優れて国際的な研究となった。以上のことから、博士（学術）の学位を授与するに値するものと判断した。